

**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
МІНІСТЕРСТВА ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
МІНІСТЕРСТВА ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

Кваліфікаційна наукова  
праця на правах рукопису

**БЕДРАДІНА ГАННА КОСТЯНТИНІВНА**

УДК 338.486.2:338.488(044.8)

**ДИСЕРТАЦІЯ**

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ ЩОДО  
ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Спеціальність 08.00.04 – економіка і управління підприємствами  
(за видами економічної діяльності)

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,  
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

\_\_\_\_\_ Г. К. Бедрадіна

Науковий керівник

Герасименко Віктор Григорович, кандидат економічних наук, професор

Одеса – 2018

## АНОТАЦІЯ

*Бедрадіна Г. К.* Теоретико-методичне обґрунтування заходів щодо підвищення якості послуг туристичних підприємств. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». – Одеський національний економічний університет МОН України, Одеса, 2018.

У дисертаційній роботі виконано теоретичне узагальнення та запропоновано нове розв'язання наукового завдання, спрямованого на вдосконалення наявних та розроблення нових теоретико-методичних положень і практичних рекомендацій щодо підвищення якості послуг туристичних підприємств. Аналіз систем оцінювання та управління якістю послуг туристичних підприємств демонструє їхню невідповідність сучасним ринковим відносинам і вимогам міжнародних стандартів. Тому потребують вдосконалення науково-методичні підходи до процесу підвищення якості туристичних послуг на підприємствах. Одним із способів вирішення поставленого завдання є використання запропонованого в роботі підходу щодо оцінювання якості послуг на підприємствах, який ґрунтується на концепції трикомпонентного складу послуг, а саме: якості туристичного продукту, якості обслуговування споживачів і якості функцій управління на туристичному підприємстві та визначення пріоритетних напрямів підвищення якості туристичних послуг за допомогою методу об'єднаної таксономії. Це дозволяє більш точно й достовірно оцінювати якість послуг туристичних підприємств у цілому.

У дисертаційній роботі досліджено підходи щодо обґрунтування заходів з підвищення якості послуг туристичних підприємств, які розподілено на теоретичні, пов'язані з напрацюванням науково-методичних засад підвищення якості послуг туристичних підприємств, та прикладні, основною метою яких є створення рекомендацій задля підвищення рівня

оцінювання якості туристичних послуг та ефективності функціонування туристичних підприємств.

У дисертації розроблено методичний підхід щодо визначення якості туристичного продукту та якості обслуговування споживачів, який базується на методах класичної та модифікованої таксономії, що, на відміну від наявних, дозволяє з урахуванням особливостей функціонування туристичних підприємств поєднати кількісні та якісні показники, а також визначити пріоритети у формуванні заходів щодо підвищення якості послуг на підприємстві.

Доведено, що в умовах глобалізації ринків якість туристичних послуг стає не лише складовою конкурентоспроможності, а є необхідною передумовою формування попиту на послуги туристичних підприємств. Установлено, що головною орієнтацією підприємств галузі є спрямованість їхньої діяльності на постійне адаптування та вдосконалення сучасних методів оцінювання та підвищення якості послуг, формування моделей управління якістю послуг, упровадження міжнародних і національних стандартів менеджменту якості задля забезпечення економічно-результативної діяльності туристичних підприємств.

На основі міжнародного досвіду та аналізу науково-теоретичних засад щодо підвищення якості туристичних послуг і визначення методів оцінювання в роботі сформовано узагальнену класифікацію, яка спирається на низку таких суттєвих ознак, як спосіб отримання інформації про якість послуги, джерела отримання інформації про об'єкт оцінювання, вибір системи показників та ін. Визначено, що в системі управління якістю важливу роль відіграє оцінювання якості окремих складових туристичної послуги.

Доведено, що менеджмент якості інтегрує в собі всі базові функції управлінської діяльності як такої, тому його методологію можна розглядати як сукупність складових щодо оцінювання та підвищення якості послуг.

У роботі основну увагу приділено формуванню системи показників і методичного інструментарію запропонованого підходу до оцінювання якості

послуг туристичного підприємства. Обґрунтовано, що якість туристичного продукту та якість обслуговування на туристичних підприємствах є латентними показниками, тобто показниками, що закриті для безпосереднього вимірювання, та описуваними множиною так званих ознак-симптомів. Установлено, що коректні результати його оцінювання можуть бути отримані суто за допомогою методів порівняльного багатовимірного аналізу. На основі розглянутого алгоритму об'єднаної таксономії проведено порівняльний аналіз якості туристичного продукту по десяти туристичних підприємствах міста Одеси.

Запропоновано методика оцінювання та підвищення якості послуг туристичного підприємства на основі зіставлення їхнього рівня з вимогами національних і міжнародних стандартів, показниками якості послуг лідерів організованого туристичного ринку. Обґрунтовано рекомендації щодо виконання такої роботи за допомогою метода самооцінки, під яким розуміється регулярна й систематична перевірка діяльності підприємства в галузі якості та її результатів із використанням моделі досконалості.

Доведено, що після аналізу відповідності якості своїх туристичних послуг вимогам національних і міжнародних стандартів туристичним підприємствам доцільно здійснювати їх порівняльне оцінювання з якістю аналогічних послуг, які надають лідери ринку. Для формування заходів щодо підвищення якості послуг найкращим підґрунтям можуть бути результати дослідження за методикою бенчмаркінгу. Апробація результатів проведеного дослідження показала, що з метою підвищення якості туристичного продукту на аналізованому підприємстві можна сформувати 120 комплексів і 57 комплексів-заходів щодо підвищення якості обслуговування.

Обґрунтовано системно-структурні аспекти формування та реалізації організаційно-економічного механізму концепції якісного сервісу та заходи щодо підвищення якості послуг туристичного підприємства, які побудовано на принципах процесного підходу: якість туристичного продукту – якість обслуговування споживачів – якість функцій управління. Запропоновано процесно-орієнтовану модель формування системи управління якістю

послуг, що дозволяє розглядати дану систему як сукупність управлінських дій, що належать до різних бізнес-процесів у діяльності туристичного підприємства та найбільше впливають на якість послуг через відповідні методи їх оцінювання щодо подальшого покращення якості.

Установлено, що узгодженість між пріоритетними завданнями підприємства у сфері підвищення якості послуг і цілями загальної сукупності бізнес-процесів є умовою ефективного та перспективного розвитку підприємства. Визначено, що задля сучасного управління та моделювання бізнес-процесів на підприємствах, швидкості і якості обслуговування клієнтів необхідно впровадження спеціалізованого програмного продукту, розробленого виключно для потреб туристичної галузі.

Визначено та обґрунтовано економічну доцільність упровадження програмного комплексу, завданням якого є створення сучасного робочого місця менеджерів офісу продажів і максимальна автоматизація всіх внутрішньо-офісних процесів на туристичному підприємстві з використанням новітніх досягнень у сфері інформаційних технологій та якості менеджменту.

Наукові результати, висновки та рекомендації дисертаційної роботи пройшли апробацію та прийняті до використання й впровадження, зокрема, у КУ «Одеський зоологічний парк загальнодержавного значення», ТОВ «Селезньов Тур», Асоціації «Туризм Одеси», ТОВ «ІМПЕРІЯ ТУР ВІП КЛУБ», діяльності управління туризму, рекреації та курортів Одеської обласної державної адміністрації. Матеріали дослідження використовуються також у навчальному процесі Одеського національного економічного університету при викладанні дисциплін «Управління якістю туристичних послуг», «Організація транспортних подорожей та перевезень туристів», «Туроперейтинг», «Економіка туристичних підприємств».

*Ключові слова:* туристичне підприємство, туристична послуга, якість туристичних послуг, оцінювання якості, таксономічний метод, процеси обслуговування, функції управління, система управління якістю.

## ABSTRACT

*G. K. Bedradina. Theoretical and Methodological Substantiation of Measures for Improvement of Tourism Enterprise Service Quality. – Qualification scientific work printed as manuscript.*

Thesis for the degree of Candidate of Economic Sciences, Specialty 08.00.04 «Economy and Enterprises Management (by the Types of Economic Activities)». – The Odessa National Economic University, MES of Ukraine, Odessa, 2018.

This Thesis provides theoretical generalisation and offers a new solution of the scientific problem addressing the improvement of the available and development of new theoretical and methodological provisions of and practical recommendations for improving the quality of the tourism enterprise services. The analysis of the tourism enterprise service assessment and quality management systems demonstrates their non-compliance with modern consumers' requirements and market relations. Therefore, scientific and methodological approaches to the process of improving the tourist service quality need to be updated. One of the ways to solve the problem is by using the approach to the service quality assessment based on the concept of service three-component constitution, namely: quality of the tourist product, that of the customer service and management functions at a tourism enterprise, as well as determining priority areas for the tourist service quality improvement by using the combined taxonomy method. This allows of more accurate and reliable assessment of tourism enterprises' service quality in general.

Approaches to substantiation of the measures for improving the quality of tourism enterprises' services, which are divided into theoretical ones associated with the development of scientific and methodological foundations for improving the tourism enterprises' service quality, applied ones whose main purpose is to develop recommendations for raising the level of assessment of tourist service quality and the efficiency of tourism enterprises functioning have been studied.

The Thesis develops a methodological approach to determining the quality of tourism product and customer service that is based on the methods of classical and modified taxonomy, which unlike the existing ones, allow of combining quantitative and qualitative indicators taking into account peculiarities of the tourist enterprises functioning, as well as determining the priorities in defining the steps towards improvement of the quality of services at an enterprise.

It has been proved that under the conditions of market globalisation, the quality of tourist services becomes not only a component of competitiveness, but it is also a necessary prerequisite for the formation of demand for tourist services. It has been established that activities of the tourism industry enterprises are focused on continuous adaptation and improvement of modern methods for the service quality evaluation and improvement, formation of service quality management models and implementation of international and national quality management standards to ensure cost-effective activities of tourism enterprises.

Based on international experience and analysis of scientific and theoretical foundations of tourist service quality improvement, as well as on definition of evaluation methods, a generalised classification that relies on a number of such essential features as the way of obtaining service quality information, sources of information about the estimated object, choice of indicators system, etc. has been formed. It has been established that assessment of individual components of tourist services quality is of high importance for the quality management system.

It has been proved that all the basic functions of management activities as such are integrated in quality management, so its methodology can be considered as an aggregate of components of service quality improvement evaluation.

The work is focused on forming the system of indicators and methodological tools of the proposed approach for assessing the quality of a tourist enterprise services. It proves that the quality of the tourist product and the quality of service at the tourist enterprises are latent indicators, that is, the indicators that cannot be directly measured being described by a great number of the so-called characteristic symptoms. It was found that the correct results of the said product evaluation can

be obtained by purely using the methods of comparative multivariate analysis. Based on the combined taxonomy algorithm mentioned above, a comparative analysis of the tourist product quality of ten tourism enterprises in Odessa has been carried out.

The Thesis proposes the method of assessment and improvement of quality of a tourist enterprise services based on comparing their level with the requirements of national and international standards, and indicators of service quality shown by leaders of the organised tourist market. The recommendations for the implementation of such work using the self-assessment method, which is understood as a regular and systematic verification of the company's activities in the field of quality and its results with the help of perfection model have been substantiated.

It has been proved that having analysed the compliance of tourist service quality with the requirements of national and international standards, it is advisable to carry out a comparative assessment of the quality of similar services provided by market leaders. The best basis for identifying the service quality improvement measures may be the outcomes of a study using the benchmarking method. The approbation of the results of the study has shown that in order to improve the tourist product quality at the analysed enterprise it is possible to form 120 complexes and 57 complexes-measures to improve the quality of service.

The system-structural aspects of the formation and implementation of the organisational-and-economic mechanism of the quality service concept and measures for improving the quality of tourist enterprise services, which are based on the principles of the process approach: the tourist product quality - customer service quality – management functions quality, have been substantiated. The process-oriented model of forming the service quality management system is proposed, which makes it possible to consider this system as a set of managerial actions, which belong to various business processes in the activities of a tourism enterprise and affect the service quality most of all through appropriate methods of their evaluation for further quality improvement.



It has been established that concurrence between the enterprise's priorities in the field of service quality improvement and the goals of the overall set of business processes is a condition for effective and long-term development of the enterprise. It has been determined that for modern management and modelling of business processes at enterprises and speed and quality of customer service, it is necessary to implement a specialised software product developed exclusively for the needs of the tourism industry.

The economic feasibility of implementation of a software complex, the task of which is creation of a modern workplace for sales office managers and maximum automation of all in-office processes at the tourist enterprise with the use of the latest achievements in the field of information technology and quality management, have been defined and substantiated.

Scientific results, conclusions and recommendations of this Thesis have been approved and accepted for use and implementation, in particular, by KU "Odessa Zoological Park of National Importance", "Seleznirov Tur", LLC, "Odessa Tourism" Association, "IMPERIA TUR VIP CLUB", LLC, and the Authority of Tourism, Recreation and Resorts of the Odessa Regional State Administration. The research materials are also used in the educational process at the Odessa National Economic University in teaching the following subjects: "Tourist Services Quality Management", "Organisation of Transport Travels and Tourist Transportation", "Tour Operating", and "Economy of Tourism Enterprises".

*Key words:* tourism enterprise, tourist service, quality of tourist services, quality assessment, taxonomic method, service processes, management functions, quality management system.

## Список публікацій здобувача

### Розділи в колективних монографіях:

1. Бедрадіна Г. К. Оцінка привабливості емісійних туристичних ринків на основі маркетингового стратегічного аналізу / Г. К. Бедрадіна // Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / за заг. ред. професора В. Г. Герасименка. – Одеса: Астропринт, 2013. – С. 76-82 (0,30 д.а.).

2. Бедрадіна Г. К. Кількісні параметри та ефективність використання ринкового потенціалу організованого туризму / Г. К. Бедрадіна // Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / за заг. ред. професора В. Г. Герасименка. – Одеса : ОНЕУ, 2016. – С. 123-142 (0,98 д.а.).

### Статті у наукових фахових виданнях України:

3. Бедрадіна Г. К. Вибір і застосування методики оцінки якості послуг на туристичному підприємстві / В. Г. Герасименко, Г. К. Бедрадіна // Науковий вісник. Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2008. – № 14 (70). – С. 60-70 (0,40 д.а.). *Особистий внесок здобувача 0,20 д.а.: розроблено наукові підходи щодо оцінки якості послуг на туристичному підприємстві.*

4. Бедрадіна Г. К. Оцінка якості менеджменту туристичної фірми на основі ключових економічних показників / Г. К. Бедрадіна // Вісник соціально-економічних досліджень: збірник наукових праць. – 2010. – Вип. 40. – С. 9-13 (0,32 д.а.).

5. Бедрадіна Г. К. Методика аналізу якості обслуговування споживачів на туристичному підприємстві / Г. К. Бедрадіна, В. Г. Герасименко // Научно-практический журнал «Экономика Крыма». – 2010. – № 1(30) – С. 178-183 (0,36 д.а.). *Особистий внесок здобувача 0,18 д.а.: розроблено методичні підходи щодо аналізу якості обслуговування споживачів на туристичному підприємстві.*

6. Bedradina G. Methods of Definition of Tourism Product Quality/ G. Bedradina // Socio-economic Research Bulletin: Collection of scientific works – Odessa, 2011. – Issue 41. – P. 5-7 (0,13 д.а.).

7. Бедрадіна Г. К. Сучасні підходи до оцінювання якості послуг підприємств туризму / Г. К. Бедрадіна // Науковий вісник. Одеський державний економічний університет. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2011. – № 20(145). – С. 50-59 (0,53 д.а.).

8. Бедрадіна Г. К. Оцінка рівня відповідності системи управління якістю послуг на туристичному підприємстві вимогам стандартів Європейського союзу / Г. К. Бедрадіна // Науковий вісник. Одеський національний економічний університет. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2012. – № 5 (157). – С. 96-106 (0,54 д.а.).

Статті у наукових виданнях інших держав та у виданнях України, які включені до міжнародних наукометричних баз даних:

9. Бедрадина А. К. Место сферы туризма в международной и национальной классификации товаров и услуг / А. Бедрадина, В. Герасименко, В. Павлоцкий // Studia Uninersitatis Moldaviae. Seria «Stiinte exacte si economice». – 2015. – № 2 (82). – С. 120-124 (*Sherpa /Romeo, Cite Factor*).(0,50 д.а.). *Особистий внесок здобувача 0,17 д.а.: проведено аналіз видів економічної діяльності, які в сукупності формують сферу туристичних послуг.*

10. Бедрадіна Г.К. Місце оцінювання в системі управління якістю на туристичних підприємствах / Г. К. Бедрадіна // Економіка та суспільство. – 2016. – № 5.– Режим доступу до журналу: [http://economyandsociety.in.ua/journal/5\\_ukr/23.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journal/5_ukr/23.pdf). (*Index Copernicus, Cite Factor*) (0,53 д.а.).

Статті в інших виданнях

11. Бедрадіна Г. К. Визначення рівня якості менеджменту на туристичному підприємстві / Г. К. Бедрадіна // Збірник «Наукові праці

МАУП». – К.: ДП «Видавничий дім «Персонал», 2011. – Вип. 1 (28). – С. 113-118 (0,18 д.а.).

#### Матеріали наукових конференцій

12. Бедрадіна Г. К. Рекреационный потенциал курортной анимации как фактор повышения качества туристических услуг / Г.К. Бедрадіна, С.Г.Нездоймінов // Сфера розваг – важлива складова у підвищенні ефективності туристичного бізнесу : збірник наукових праць VI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Святогірськ, 29 вересня– 1 жовтня 2006 р.). – Донецьк: ТОВ «Норд Комп'ютер», 2006. – С. 113-115 (0,15 д.а.). *Особистий внесок здобувача 0,08 д.а.: виділено чинники якості послуг курортної анімації.*

13. Бедрадіна Г. К. Взаємодія виробника і споживача у формуванні якості туристичних послуг / Г. К. Бедрадіна // Проблемы и перспектива развития отечественного внутреннего и въездного туризма: природная и материально-техническая база, экономическая и социальная эффективность: материалы X Междунар. науч.-практ. конф. студентов, магистров, аспирантов и молодых ученых (г. Донецк, 6-7 мая 2008 г.) – Донецьк: ООО «НОРД Компьютер», 2008. – С. 65-66 (0,12 д.а.).

14. Бедрадіна Г. К. Моніторинг якості туристичного продукту у туроператорській діяльності / Г. К. Бедрадіна // Шляхи виходу України із світової фінансово-економічної кризи: матеріали XI Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених (м. Донецьк, 31 березня 2009 р.) – Донецьк: ТОВ «ДЕГІ», 2009. – С. 32-34 (0,12 д.а.).

15. Бедрадіна Г. К. Управління якістю послуг туристичного підприємства на засадах бенчмаркінгу / Г. К. Бедрадіна // Сучасні технології управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Маріуполь, 25 вересня 2009 р.). – Маріуполь: МДГУ, 2009. – С. 40-42 (0,19 д.а.).

16. Бедрадіна Г. К. Методика оцінки якості туроператорської діяльності / Г. К. Бедрадіна // Розвиток туризму в період економічної кризи: матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Донецьк, 13-14 квітня 2010 р.). – Донецьк: ТОВ «Цифрова друкарня», 2010. – С. 147- 148 (0,11 д.а.).

17. Bedradina G. Methodical Bases of Definition of Tourist Product Quality / G. Bedradina and V. Gerasymenko // Tourism: Economics and Business : 1<sup>st</sup> International Scientific-Practical Conference Proceeding (Batumi-Trabzon, 5-6 June, 2010). – Tbilisi: Publishing House «UNIVERSAL», 2010. – P. 358-360 (0,15 д.а.). *Особистий внесок здобувача 0,08 д.а.: визначено особливості оцінювання якості туристичного продукту.*

18. Бедрадіна Г. К. Експерес-аналіз якості готельного господарства крупного міста / Г. К. Бедрадіна // Управление развитием предпринимательства в современных условиях: материалы I международной научно-практической конференции (г. Севастополь, 6-9 октября 2010 г.). – Симферополь: «ДИАЙПИ», 2010. – С. 182-183 (0,11 д.а.).

19. Бедрадіна Г. К. Проблемні питання впровадження міжнародних стандартів в систему менеджменту якості туристичних підприємств / Г. К. Бедрадіна // Менеджмент підприємницької діяльності: матеріали дев'ятої Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених, аспірантів і студентів з міжнародним участям (г. Симферополь, 11-12 апреля 2011 г.). – Симферополь: «ДИАЙПИ», 2011. – С. 304-306 (0,13 д.а.).

20. Бедрадіна Г. К. Особливості побудови системи управління якістю на туристичному підприємстві / Г. К. Бедрадіна // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики : матеріали першої міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 18-19 жовтня 2012 р.). – Одеса: Атлант, 2012. – С. 69-70 (0,10 д.а.).

21. Бедрадіна Г. К. Оцінювання якості як інструмент забезпечення конкуренто-спроможності туристичного підприємства / Г. К. Бедрадіна //

Перспективи економічного розвитку держави, регіону, суб'єктів господарської діяльності : збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної заочної конференції (м. Черкаси, 2 грудня 2012 р.).– Черкаси: ТОВ «МАКЛАУТ», 2012. – С. 92-95 (0,20 д.а.).

22. Бедрадіна Г. К. Квалітологія як актуальний науковий напрям дослідження сфери туризму / Г. К. Бедрадіна, В. Г. Герасименко // Перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти : збірник тез за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Умань, 22 березня 2013 р.). – Умань: Видавничо-поліграфічний центр «Візаві», 2013.– С. 92-94 (0,16 д.а.). *Особистий внесок здобувача 0,08 д.а.: визначено сучасні методи кваліметрії щодо дослідження якості туристичних послуг.*

23. Бедрадіна Г. К. Визначення місця сфери туристичних послуг у стандартній міжнародній класифікації продукції / Г. К. Бедрадіна, В. Г. Герасименко, В. Я. Павлоцький // Актуальні проблеми розвитку економіки в контексті глобальних викликів : матеріали міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 45-річчю факультету міжнародної економіки (м. Одеса, 19-20 вересня 2013 р.). – Одеса: Атлант, 2013. – С. 254-256 (0,15 д.а.). *Особистий внесок здобувача 0,05 д.а.: проведено аналіз видів економічної діяльності сфери туристичних послуг, що формують міжнародній класифікатор продукції.*

24. Бедрадіна Г. К. Трансформація туристичної політики та її вплив на взаємовідносини туроператорів і турагентів / Г. К. Бедрадіна, В. Г. Герасименко // Актуальні питання управління сталим розвитком у сучасному суспільстві: проблеми та перспективи : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Кременчук, 30-31 жовтня, 2014 р.). – Кременчук: Видавець Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, 2014. – С. 237-240 (0,18 д.а.). *Особистий внесок*

*здобувача 0,09 д.а.: визначено чинники трансформації туристичної політики в туроператорському секторі.*

25. Бедрадіна Г. К. Формирование управленческих целей, как этап создания системы качества на туристическом предприятии / Г. К. Бедрадіна // Управлінські науки в сучасному світі: матеріали I Наукової міжнародної конференції на честь доктора економічних наук, проф. Шкітної М.І. (м. Київ, 27 листопада 2014 р.). – Київ: Київський національний лінгвістичний університет, 2014. – С. 231-235 (0,20 д.а.).

26. Бедрадіна Г. К. Шляхи вдосконалення системи якості обслуговування в готельному бізнесі на прикладі готеля «Контененталь» м. Одеса / Г. К. Бедрадіна // Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес: матеріали VIII міжнародної науково-практичної конференції (м. Черкаси, 8 грудня 2015 р.). – Черкаси: Видавничий дім «Гельветика», 2015. – С. 203-207 (0,21 д.а.).

27. Бедрадіна Г. К. Бенчмаркінг, як метод оцінки якості послуг туристичного підприємства / Г. К. Бедрадіна // International scientific-practical conference Integration of Business Structures: Strategies and Technologies (Tbilisi, February 24, 2017). – Tbilisi, Georgia: Baltija Publishing, 2017. Part 1. – P. 135-138 (0,28 д.а.).

28. Бедрадіна Г. К. Сучасні аспекти якості обслуговування на туристичному підприємстві / Г. К. Бедрадіна // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики : матеріали шостої міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 22-23 вересня 2017 р.). – Одеса: Атлант, 2017. – С. 44-46 (0,13 д.а.).

29. Бедрадіна Г. К. Сучасні підходи до трактування поняття «Туристична послуга» / Г. К. Бедрадіна // Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети : матеріали VIII міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 27 жовтня 2017 р.). – Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2017. – С. 23-24 (0,18 д.а.).

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b>	17
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ</b>	26
1.1. Теоретичні аспекти дослідження якості туристичних послуг	26
1.2. Науково-теоретичне підґрунтя управління якістю послуг на туристичних підприємствах	47
1.3. Концептуальні підходи до формування моделей підвищення якості послуг туристичних підприємств	58
Висновки до розділу 1	69
<b>РОЗДІЛ 2. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ</b>	72
2.1. Вибір і застосування методики оцінювання якості послуг на туристичному підприємстві	72
2.2. Оцінювання якості туристичного продукту і процесу обслуговування споживачів	87
2.3. Оцінювання якості функцій управління на туристичному підприємстві	101
Висновки до розділу 2	114
<b>РОЗДІЛ 3. НАУКОВО-ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ УДОСКОНАЛЕННЯ ОЦІНЮВАННЯ ТА ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ НА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ</b>	116
3.1. Визначення напрямів і шляхів підвищення якості послуг туристичних підприємств на основі бенчмаркінгу	116
3.2. Формування оптимальної програми заходів щодо підвищення якості послуг туристичних підприємств	128
3.3. Організаційні аспекти забезпечення підвищення якості послуг на туристичних підприємствах	146
Висновки до розділу 3	163
<b>ВИСНОВКИ</b>	167
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	170
<b>ДОДАТКИ</b>	192



## ВСТУП

**Актуальність теми.** Проблема якості товарів та послуг в усьому світі розглядається як найбільш важлива, оскільки вона визначає престиж країни на світовому ринку, її науково-технічний потенціал і ступінь розвитку економіки. Випуск якісних виробів сприяє збільшенню обсягу їхньої реалізації і рентабельності капіталу, зменшує питомі витрати споживачів та забезпечує більш повне задоволення їх потреб. Погіршення якості продукції призводить до появи зворотних тенденцій: зменшенню обсягу продажів, прибутку і рентабельності, а також експорту, національного багатства і добробуту народу. Особливо актуальною ця проблема стала після набуття чинності Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом.

Прагнення України інтегруватися до європейських і світових економічних структур вимагає засвоєння нових правил, що диктує ринкова економіка. У таких умовах виживає те підприємство, яке має високу якість продукції, прийнятні ціни і найвищі орієнтири стосовно обслуговування споживачів.

Необхідність підвищення якості продукції вітчизняних виробників повністю стосується туристичної галузі, яка при забезпеченні необхідних умов для її розвитку здатна суттєво впливати на розвиток усієї національної економіки. Про це свідчить суспільна практика та досвід тих країн світу, які збудували свій добробут саме завдяки туристичній сфері. При цьому головною рушійною силою такого розвитку стала саме якість туристичного продукту. Підприємства, які головні зусилля спрямовують на досягнення все більш високої якості туристичних послуг при відносному зменшенні своїх витрат, забезпечують собі не тільки стабільне ринкове становище, а й високу рентабельність господарської діяльності. Проблема якості товарів та послуг перебувала в полі зору видатних зарубіжних мислителів, науковців і професійних менеджерів: Л. Баумгартена, К. Гренрооса, Є. Демінга, Д. Джурана, К. Ісікави, Ф. Котлера, Ф. Кросбі, В. Мюлера, М. Рибова, С. Скобкіна, Г. Тагуті, А. Фейгенбаума, В. Шухарта та ін. Особливості

управління якістю у сфері туристичних послуг аналізували й досліджують нині такі українські вчені-економісти: М. Бойко, Н. Гавкалова, С. Гаврилюк, В. Герасименко, Л. Івченко, В. Кифяк, Н. Кудла, І. Кузнецова, М. Мальська, С. Мельниченко, С. Нездоймінов, В. Охота, О. Палеха, О. Решетняк, В. Семенов, І. Сидоренко, О. Тимощук, Т. Ткаченко, Л. Чепурда, Л. Шульгіна, Л. Яцун та ін.

Проте, віддаючи належне науковій значущості праць зазначених науковців, можна констатувати, що певне коло питань концептуального, методологічного та методичного характеру, пов'язане з проблемою управління якістю послуг у туристичній сфері, є недостатньо розробленим. Особливо це стосується методичних засад та практичних рекомендацій з оцінювання якості послуг туристичних підприємств, визначення напрямів підвищення якості послуг які є важливою складовою загальної системи управління підприємствами туристичної сфери. Методичні підходи до оцінювання якості туристичних послуг у фаховій науковій літературі представлені фрагментарно і потребують систематизації. Відсутній комплексний підхід до оцінювання рівня якості послуг туристичних підприємств. Вимоги національних і міжнародних стандартів недостатньо інтегровані в практику оцінювання якості туристичних послуг.

Актуальність вищеназваних проблем, їх практична значущість та важливість вирішення у найближчій перспективі визначили вибір теми, мету та завдання дослідження.

### **Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.**

Дисертаційну роботу виконано відповідно до плану науково-дослідних робіт кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного економічного університету. Розробки, представлені в дисертації, є складовими держбюджетних і госпрозрахункових наукових робіт. Зокрема, в межах теми «Економічні засади функціонування та розвитку спеціалізованих туристичних ринків Одеського регіону» (ДР № 0110U002460, 2010-2012 рр.) – особистий внесок автора полягає в

розробленні методичного підходу до оцінки привабливості емісійних туристичних ринків на основі маркетингового стратегічного аналізу. У межах теми «Аналіз і оцінка туристично-рекреаційного потенціалу Одеської області та визначення шляхів його раціонального використання» (ДР № 0113U000653, 2013-2015 рр.) – особистий внесок автора полягає у визначенні кількісних параметрів ринкового потенціалу організованого туризму та ефективності його використання. У межах прикладної теми «Оцінка якості екскурсійних послуг Одеського зоологічного парку та розробка рекомендацій з її удосконалення» (ДР № 0112U003342, 2012 р.) здобувачем здійснено оцінку якості екскурсійних послуг та розроблено методику та техніку їх надання працівниками еколого-просвітницького відділу зоопарку.

**Мета та завдання дослідження.** Метою дисертаційної роботи є обґрунтування теоретико-методичних засад та розробка методичних підходів і практичних рекомендацій щодо оцінювання та підвищення якості послуг туристичних підприємств.

Для досягнення поставленої мети визначено наступні завдання:

- узагальнити наукові підходи стосовно дослідження якості туристичних послуг та їхньої специфіки, що надаються туристичними підприємствами за видами діяльності, та систематизувати найважливіші з них щодо забезпечення підвищення якості послуг;

- визначити науково-теоретичні засади щодо управління та підвищення якості послуг на туристичних підприємствах;

- проаналізувати концептуальні підходи до формування заходів підвищення якості послуг туристичних підприємств, які пропонуються науковцями, та визначити ступінь їх придатності для застосування на туристичних підприємствах;

- обґрунтувати вибір і застосування методики оцінювання якості послуг на туристичному підприємстві щодо подальшого поліпшення якості послуг;

- оцінити якість туристичних послуг на туристичному підприємстві згідно вимог національних і міжнародних стандартів;
- сформувати методикау забезпечення оцінювання якості функцій управління на туристичному підприємстві;
- визначити пріоритетні напрями підвищення якості послуг туристичних підприємств на основі методики бенчмаркінгу;
- сформувати оптимальну програму заходів щодо підвищення якості послуг туристичних підприємств;
- запропонувати організаційні заходи щодо забезпечення підвищення якості послуг у туристичних підприємствах.

*Об'єкт дослідження* – організаційно-економічні процеси, що сприяють підвищенню якості послуг туристичних підприємств.

*Предмет дослідження* – теоретичні положення, методичні підходи та прикладні аспекти оцінювання та підвищення якості послуг туристичних підприємств.

**Методи дослідження.** У дисертаційній роботі використано сукупність загальнонаукових та спеціальних методів дослідження, а саме: логічний аналіз – при побудові логіки та структури роботи; систематизації та порівняння – для уточнення і впорядкування понятійного апарату, пов'язаного з темою дисертації; історико-логічний – для дослідження еволюції підходів стосовно визначення понять «якість», «туристична послуга», «туристичний продукт» та похідних від них термінів; методи групування та узагальнення даних – при розрахунках одиничних і інтегральних показників якості наданих послуг по групі аналізованих туристичних підприємств; математико-статистичні методи – для проведення аналізу основних показників розвитку туристичних підприємств; методи експертних оцінок – під час залучення фахівців туристичної сфери до оцінювання значущості (ваги) окремих показників, а також до визначення якості послуг, які надаються туристичними підприємствами; методи маркетингових досліджень – при проведенні опитувань споживачів

туристичних послуг та анкетування; графічний метод – для наочного відображення результатів дослідження; системного і процесного підходу – для обґрунтування методичного забезпечення оцінювання якості послуг туристичного підприємства та їх складових.

*Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативні акти України, статистичні матеріали Державної служби статистики України, Головного управління статистики в Одеській області, показники статистичної фінансової звітності сукупності туристичних підприємств Одеського регіону, а також результати маркетингових та експертних досліджень, що були одержані автором у процесі дослідження якості послуг на прикладі групи туристичних операторів і агентів. У роботі використано монографічну і довідкову літературу, праці вітчизняних та зарубіжних учених із питань управління якістю туристичних послуг, наукові матеріали періодичних видань, результати анкетування, власні спостереження та аналітичні розрахунки, періодичні видання, дані мережі Інтернет.*

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає у такому:

*удосконалено:*

- науково-методичний підхід до процесу підвищення якості послуг на туристичних підприємствах, який ґрунтується на концепції її трикомпонентного складу, а саме: якості туристичного продукту, якості обслуговування споживачів і якості функцій управління на туристичному підприємстві та визначення пріоритетних напрямів підвищення якості туристичних послуг за допомогою методу об'єднаної таксономії. Це дозволяє більш точно і достовірно оцінювати якість послуг туристичних підприємств у цілому;

- методичний підхід щодо визначення якості туристичного продукту та обслуговування споживачів, який базується на методах класичної та модифікованої таксономії, що, на відміну від наявних, дозволяє з урахуванням особливостей функціонування туристичних підприємств поєднати кількісні та якісні показники, а також визначити пріоритети у формуванні заходів щодо підвищення якості послуг на підприємстві;

- підхід до аналізу якості функцій управління на туристичному підприємстві, який, на відміну від наявних, засновано на оцінюванні рівня виконання на підприємстві основних, базових функцій управління: планування, організації, мотивації, контролю. Обчислення загальної оцінки якості управління за всіма функціями дозволяє встановити рівень зрілості системи управління на підприємстві;

*набуло подальшого розвитку:*

- термінологічний апарат у сфері управління якістю послуг підприємств туризму щодо сутності понять: «туристичний продукт», «оцінювання якості туристичних послуг», «показник оцінювання якості», «критерій оцінювання якості», який, на відміну від наявних підходів, ураховує специфіку взаємовідносин між виробниками та споживачами послуг;

- класифікація методів оцінювання якості туристичних послуг, яка, на відміну від наявних розрізнених пропозицій, спирається на такі суттєві ознаки: спосіб і джерела отримання інформації, об'єкт оцінювання, ступінь новизни методу, що значно розширює можливості туристичних підприємств у виборі та застосуванні методів оцінювання якості послуг;

- застосування методики бенчмаркінгу задля вирішення завдання оцінити рівень якості послуг туристичних підприємств на основі зіставлення їх показників із показниками лідерів туристичного ринку, використовуючи при цьому результати попереднього таксономічного аналізу;

- управління та моделювання бізнес-процесів на туристичних підприємствах на засадах упровадження спеціалізованого програмного продукту, що дає змогу максимально автоматизувати всі внутрішні офісні процеси на туристичному підприємстві, використовуючи новітні досягнення у сфері інформаційних технологій та якості менеджменту.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає у створенні науково обґрунтованої методичної основи для вирішення найважливішого завдання вітчизняного туризму – підвищення якості послуг, що надаються туристичними підприємствами. Отримані в дисертації результати забезпечують можливість диференційного підходу до оцінювання якості

туристичних послуг з урахуванням особливостей окремих її складових: якості туристичного продукту, якості обслуговування споживачів, якості функцій менеджменту на туристичному підприємстві. Розроблені науково-методичні рекомендації дозволяють порівнювати рівень якості послуг туристичного підприємства з вимогами стандартів; здійснювати заходи щодо підвищення якості послуг туристичних підприємств.

Основні положення дисертаційної роботи використано при розробці нових і вдосконаленні систем управління якістю туристичних послуг. Вони апробовані та впроваджені в практичну діяльність окремих підприємств туризму, серед яких КУ «Одеський зоологічний парк загальнодержавного значення» (акт про впровадження № 203 від 05.09.2012 р.), ТОВ «Селезньов Тур» (акт про впровадження № 09/17 від 12.09.2017 р.), Асоціація «Туризм Одеси» (довідка № 34 від 02.10.2017 р.), ТОВ «ІМПЕРІЯ ТУР ВІП КЛУБ» (довідка № 10 від 17.10.2017 р.).

Висновки та пропозиції дисертаційної роботи використовуються в діяльності управління туризму, рекреації та курортів Одеської обласної державної адміністрації (довідка № 01/01-15/218 від 27.03.2018 р.).

Матеріали дослідження використовуються також у навчальному процесі Одеського національного економічного університету при викладанні дисциплін «Управління якістю туристичних послуг», «Організація транспортних подорожей та перевезень туристів», «Туроперейтинг», «Економіка туристичних підприємств» (довідка № 01-17/289 від 20.03.2018 р.).

**Особистий внесок здобувача.** Дисертаційна робота є самостійно виконаною науковою працею, у якій відображено теоретико-методичне обґрунтування заходів щодо підвищення якості послуг туристичних підприємств. Теоретичне обґрунтування, практичні розробки, висновки та рекомендації, що містяться в дисертаційній роботі, одержані автором особисто на основі аналізу й узагальнення теоретичного і практичного матеріалу. Серед наукових праць, опублікованих у співавторстві, у

дисертаційній роботі використані лише самостійно напрацьовані ідеї, положення та висновки, про що вказано в переліку наукових праць.

**Апробація результатів дисертації.** Основні положення, результати досліджень доповідалися, обговорювалися та отримали схвальні відгуки на щорічних науково-практичних конференціях молодих учених та викладачів Одеського національного економічного університету та всеукраїнських і міжнародних науково-практичних конференціях, а саме: VI Міжнародній науково-практичній конференції (м. Святогірськ, 29 вересня – 1 жовтня 2006 р.), X Міжнародній науково-практичній конференції студентів, магістрантів, аспірантів і молодих учених «Проблеми та перспективи розвитку вітчизняного внутрішнього та в'їзного туризму: природна та матеріально-технічна база, економічна та соціальна ефективність» (м. Донецьк, 6-7 травня 2008 р.), XI Всеукраїнській науково-практичній конференції студентів та молодих учених «Шляхи виходу України зі світової фінансово-економічної кризи» (м. Донецьк, 31 березня 2009 р.), I Всеукраїнській науково-практичній конференції «Сучасні технології управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом» (м. Маріуполь, 25 вересня 2009 р.), XII Міжнародній науково-практичній конференції студентів, аспірантів і молодих учених «Розвиток туризму в період економічної кризи» (м. Донецьк, 13-14 квітня 2010 р.), I<sup>st</sup> International Scientific-Practical Conference Proceeding «Economics and Business» (Batumi-Trabzon, 5-6 June, 2010), первой Международной научно-практической конференции «Управление развитием предпринимательства в современных условиях» (г. Севастополь, 6-9 октября 2010 г.), девятой Всеукраинской научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов с международным участием «Менеджмент предпринимательской деятельности» (г. Симферополь, 11-12 апреля 2011 г.), I Міжнародній науково-практичній конференції «Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики» (м. Одеса, 18-19 жовтня 2012 р.), Всеукраїнській науково-практичній заочній конференції «Перспективи економічного розвитку держави, регіону, суб'єктів господарської діяльності» (м. Черкаси, 2 грудня



2012 р.), Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції «Перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти» (м. Умань, 22 березня 2013 р.), Міжнародній науково-практичній конференції, присвяченій 45-річчю факультету міжнародної економіки «Актуальні проблеми розвитку економіки в контексті глобальних викликів» (м. Одеса, 19-20 вересня 2013 р.), III Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні питання управління сталим розвитком у сучасному суспільстві: проблеми та перспективи» (м. Кременчук, 30-31 жовтня, 2014 р.), I Науковій міжнародній конференції на честь доктора економічних наук, проф. Шкітної М.І. «Управлінські науки в сучасному світі» (м. Київ 27 листопада 2014 р.), VIII Міжнародній науково-практичній конференції «Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес» (м. Черкаси, 8 грудня 2015 р.), International scientific-practical conference Integration of Business Structures: Strategies and Technologies (Tbilisi, February 24, 2017), VI Міжнародній науково-практичній конференції «Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики» (м. Одеса, 22-23 вересня 2017 р.), VIII Міжнародній науково-практичній конференції «Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети» (м. Харків, 27 жовтня 2017 р.).

**Публікації.** Основні ідеї, положення та результати досліджень висвітлено у 29 наукових працях, із них 2 – розділи у двох колективних монографіях, 6 статей – у наукових фахових виданнях України, 2 статті – у наукових виданнях, які включено до міжнародних наукометричних баз даних, 1 стаття – в інших виданнях, 18 публікацій – за результатами участі в роботі всеукраїнських та міжнародних науково-практичних конференцій. Загальний обсяг публікацій складає 7,64 д. а., з яких 6,52 д. а. належать особисто автору.

**Структура та обсяг роботи.** Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг дисертації – 212 сторінок, із них 169 сторінок – основний текст. Список використаних джерел із 227 найменувань викладено на 22 сторінках.

## ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі наведено теоретичне узагальнення та запропоновано нове вирішення актуальної наукової задачі щодо теоретико-методичного обґрунтування заходів підвищення якості послуг туристичних підприємств.

Проведене дослідження дало можливість зробити такі основні висновки та надати рекомендації щодо наукового та практичного використання здобутих результатів:

1. В умовах глобалізації ринків якість туристичних послуг стає не лише складовою конкурентоспроможності, а й необхідною передумовою формування попиту на послуги туристичних підприємств. Встановлено що головною орієнтацією підприємств галузі є спрямованість діяльності на постійне адаптування та вдосконалення сучасних методів оцінювання та підвищення якості послуг, формування моделей управління якістю послуг, упровадження міжнародних та національних стандартів менеджменту якості з метою забезпечення економічно-результативної діяльності туристичних підприємств.

2. На основі міжнародного досвіду та аналізу науково-теоретичних засад щодо підвищення якості туристичних послуг та визначення методів оцінювання автором сформовано узагальнену їх класифікацію, яка спирається на низку таких суттєвих ознак, як спосіб отримання інформації про якість послуги, джерела отримання інформації про об'єкт оцінювання, вибір системи показників та інші. Визначено, що в системі управління якістю важливу роль відіграє оцінювання якості окремих складових туристичної послуги.

3. У роботі доведено, що менеджмент якості інтегрує в собі всі базові функції управлінської діяльності як такої, тому його методологію можна розглядати як сукупність складових щодо оцінювання та підвищення якості послуг. З урахуванням основних моделей управління якістю послуг, що

пропонують зарубіжні та вітчизняні дослідники, у дисертації аргументовано та виокремлено найбільш істотні складові власної моделі якості послуг туристичного підприємства, які засновані на трьох компонентах: якість туристичного продукту, якість процесів обслуговування та якість функцій управління на підприємстві.

4. Сформовано систему показників і методичний інструментарій запропонованого автором підходу до оцінювання якості послуг туристичного підприємства з урахуванням наявності окремих її складових. Обґрунтовано, що якість туристичного продукту та якість обслуговування на туристичних підприємствах є латентними показниками, тобто показниками, що закриті для безпосереднього вимірювання, та описуваними множиною, так званих, ознак-симптомів. Встановлено, що коректні результати його оцінювання можуть бути отримані суто за допомогою методів порівняльного багатовимірного аналізу. На основі розглянутого алгоритму об'єднаної таксономії проведено порівняльний аналіз якості туристичного продукту по десяти туристичних підприємствах міста Одеси.

5. Запропоновано методика оцінювання та підвищення якості послуг туристичного підприємства на основі зіставлення їхнього рівня з вимогами національних і міжнародних стандартів, з показниками якості послуг лідерів організованого туристичного ринку. Обґрунтовано рекомендації щодо виконання такої роботи за допомогою метода самооцінки, під якою розуміється регулярна й систематична перевірка діяльності підприємства в галузі якості та її результатів із використанням моделі досконалості.

6. Доведено, що після аналізу відповідності якості своїх туристичних послуг вимогам національних і міжнародних стандартів туристичним підприємствам доцільно здійснювати їх порівняльну оцінку з якістю аналогічних послуг, які надають лідери ринку. Для формування заходів щодо підвищення якості послуг найкращим підґрунтям можуть бути результати дослідження за методикою бенчмаркінгу. Апробація результатів проведеного дослідження показала, що з метою підвищення якості туристичного продукту

на аналізованому підприємстві можна сформувавши 120 комплексів і 57 комплексів-заходів щодо підвищення якості обслуговування.

7. Обґрунтовано системно-структурні аспекти формування та реалізації організаційно-економічного механізму концепції якісного сервісу та заходи щодо підвищення якості послуг туристичного підприємства «04», які побудовано на принципах процесного підходу: якість туристичного продукту – якість обслуговування споживачів – якість функцій управління. Розроблено процесно-орієнтовану модель формування системи управління якістю послуг, яка дозволяє розглядати дану систему управління якістю туристичних послуг як сукупність управлінських дій, що належать до різних бізнес-процесів у діяльності туристичного підприємства та найбільше впливають на якість послуг через відповідні методи їх оцінювання щодо подальшого поліпшення якості.

8. Встановлено, що узгодженість між пріоритетними завданнями підприємства у сфері підвищення якості послуг та цілями загальної сукупності бізнес-процесів є умовою ефективного та перспективного розвитку підприємства. Визначено, що для сучасного управління та моделювання бізнес-процесів на підприємствах, швидкості і якості обслуговування клієнтів необхідно впровадження спеціалізованого програмного продукту, розробленого виключно для потреб туристичної галузі.

9. Визначено та обґрунтовано економічна доцільність упровадження програмного комплексу, завданням якого є створення сучасного робочого місця менеджерів офісу продажів і максимальна автоматизація всіх внутрішньоофісних процесів у туристичному підприємстві, використовуючи новітні досягнення у сфері інформаційних технологій та якості менеджменту.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адельсеитова Э. Б., Джемилева Л. Н. Обеспечение конкурентоспособности туристической фирмы на основе качества турпродукта. *Культура народов Причерноморья*. 2012. № 236. С. 10-13.
2. Азар В. И. Экономика и организация туризма : учебное пособие. Москва : Экономика, 1972. 182 с.
3. Альперин Л. Современный взгляд на системы качества и их развитие. *Стандарты и качество*. 1998. № 10. С. 52-56.
4. Анастасова Лина. Маркетинговые исследования в туризме : монография. Пловдив : Издательство «Летера», 2005. 324 с.
5. Антонов Г. А. Основы стандартизации и управления качеством продукции. Ч. 1-3. : учебник. СПб : Изд-во СПбУЭФ, 1995. 442 с.
6. Апілат О. В. Підвищення якості послуг в туризмі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.04 – К., 2005. 17 с.
7. Астахов А., Хриплива Л. Система управління якістю – інструмент удосконалення загальної системи управління організацією. *Стандартизація, сертифікація, якість*. 2011. №4. С. 60–64.
8. Басовский Л. Е., Протасьев В. Б. Управление качеством : учебник. Москва : ИНФРА-М, 2001. 212 с.
9. Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг : учебное пособие. Київ : Альтерпрес, 2008. 167 с.
10. Баумгартен Л. В. Управление качеством в туризме. Практикум : учебное пособие. Москва : КНОРУС, 2008. 288 с.
11. Бичківський Р. Управління якістю: навч. посіб. Львів. : Львівська політехніка, 2004. 329 с.
12. Бедрадіна Г. К. Бенчмаркінг як метод оцінки якості послуг туристичного підприємства. *International scientific-practical conference Integration of Business Structures: Strategies and Technologies*. Part I, February 24. Tbilisi : Baltija Publishing, 2017. С. 135-138.
13. Бедрадіна Г. К. Визначення рівня якості менеджменту на туристичному підприємстві. *Наукові праці МАУП*. 2011. №1(28). С. 113-118.

14. Бедрадіна Г. К. Взаємодія виробника і споживача у формуванні якості туристичних послуг. *Проблеми и перспектива развития отечественного внутреннего и въездного туризма: природная и материально-техническая база, экономическая и социальная эффективность*: матеріали X Міжнарод. науч.- практ. конф. студентів, магістрів, аспірантів і молодих учених, 6-7 мая 2008 г. Донецьк, 2008. С. 65-66.
15. Бедрадіна А. К. Взаимосвязь качества обслуживания и профессионального уровня работников на предприятиях туристической отрасли. *Перспективи розвитку туризму і сфери послуг на міжнародному і національному рівнях* : матеріали I Міжнар. наук.- практ. конф. Луганськ : Знання, 2006. С. 38-41.
16. Бедрадіна Г. К. Експерес-аналіз якості готельного господарства крупного міста. *Управление развитием предпринимательства в современных условиях*: матеріали I Міжнарод. науч.- прак. конф. Симферополь : ДИАЙПИ, 2010. С.182-184.
17. Бедрадіна Г. К. Методика аналізу якості обслуговування споживачів на туристичному підприємстві. *Економіка Крима*. 2010. № 1 (30). С. 178-183.
18. Бедрадіна Г. К. Методика оцінки якості туроператорської діяльності. *Розвиток туризму в період економічної кризи* : матеріали XII Міжнар. науч.- практич. конф., 13-14 квітня 2010 р. Донецьк : Донецьк. ін-т турист. бізнесу, 2010. С. 147- 148.
19. Бедрадіна Г. К. Місце оцінювання в системі управління якістю на туристичних підприємствах. *Економіка та суспільство*. 2016. №5. URL : <http://economyandsociety.in.ua> (дата звернення : 12.03.2018 ).
20. Бедрадіна Г. К. Моніторинг якості туристичного продукту у туроператорській діяльності. *Шляхи виходу України із світової фінансово-економічної кризи* : матеріали XI Всеукр. наук.- прак. Конф. студентів та молодих вчених, 31 березня 2009 р. Донецьк: ТОВ «ДЕГІ», 2009. С. 32-34.
21. Бедрадіна Г. К. Особливості побудови системи управління якістю на туристичному підприємстві. *Економіка підприємства: сучасні проблеми*

- теорії та практики* : матеріали I Міжнар. наук.- прак. конф., 18-19 жовтня 2012 р. Одеса: Атлант, 2012. С. 69-70.
22. Бедрадіна Г. К. Опрацювання якості як інструмент забезпечення конкурентоспроможності туристичного підприємства. *Перспективи економічного розвитку держави, регіону, суб'єктів господарської діяльності* : зб. тез доп. Всеукр. наук.-прак. заочної конференції, 2 грудня 2012 р. Черкаси : Вид-во ТОВ «МАКЛАУТ», 2012. С. 92-95.
23. Бедрадіна Г. К. Оцінка рівня відповідності системи управління якістю послуг на туристичному підприємстві вимогам стандартів Європейського союзу. *Науковий вісник. Одеський національний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. Науки: економіка, політологія, історія*. 2012. № 5(157). С. 96-106.
24. Бедрадіна Г. К. Оцінка якості менеджменту туристичної фірми на основі ключових економічних показників. *Вісник соціально-економічних досліджень Одес. держ. екон. ун-ту*. 2010. Вип. 40 . С. 9-13.
25. Бедрадіна Г. К. Оцінювання якості як інструмент забезпечення конкурентоспроможності туристичного підприємства. *Перспективи економічного розвитку держави, регіону, суб'єктів господарської діяльності* : зб. тез доповідей Всеукр. наук.- прак. заоч. конф., 2 грудня 2012 р. Черкаси: ТОВ «МАКЛАУТ», 2012. С. 92-95.
26. Бедрадіна Г. К. Проблемні питання впровадження міжнародних стандартів в систему менеджменту якості туристичних підприємств. *Менеджмент підприємницької діяльності* : матеріали X наук.-прак. конф. молодих учених, аспірантів и студентів с міжнародним участием. Симферополь : ДИАЙПИ, 2011. С. 304-306.
27. Бедрадіна Г. К. Сучасні аспекти якості обслуговування на туристичному підприємстві. *Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики*: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф., 22-23 вересня 2017 р. Одеса : Атлант, 2017. С. 44-46.

28. Бедрадіна Г. К. Сучасні підходи до оцінювання якості послуг підприємств туризму. *Науковий вісник. Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. Науки: економіка, політологія, історія.* 2011. № 20(145). С. 50-59.
29. Бедрадіна Г. К. Управління якістю послуг туристичного підприємства на засадах бенчмаркінгу. *Сучасні технології управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом: матеріали I Всеукр. наук.- прак. конф., 25 вересня 2009 р.* Маріуполь : МДГУ, 2009. С. 40-42.
30. Бедрадіна Г. К. Формирование управленческих целей, как этап создания системы качества на туристическом предприятии. *Управлінські науки в сучасному світі : матеріали I Наук. міжнародної конференції на честь д. екон. наук, проф. Шкітіної М.І., 27 листопада 2014 р.* Київ : КНЛУ, 2014. С.231-235.
31. Бедрадіна Г. К. Шляхи вдосконалення системи якості обслуговування в готельному бізнесі на прикладі готеля «Континеталь» м. Одеса. Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес : матеріали VIII Міжнар. наук.-прак. конф., 8 грудня 2015 р. / Черкаський державний технологічний університет. Черкаси : Гельветика, 2015. С. 203-207.
32. Бедрадіна Г. К., Герасименко В. Г. Квалітологія як актуальний науковий напрям дослідження сфери туризму. *Перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти : зб. тез за матеріалами Всеукр. науково-практичної інтернет-конф., 22 березня 2013 р.* Умань : Видавн.-поліграф. центр «Візаві», 2013. С.92-94.
33. Бедрадіна Г. К., Герасименко В. Г. Трансформація туристичної політики та її вплив на взаємовідносини туроператорів і турагентів. *Актуальні питання управління сталим розвитком у сучасному суспільстві : проблеми та перспективи: матеріали III Міжнар. наук.- прак. конф., 30-31 жовтня 2014 р.* Кременчук : Кременчуцький національний університет ім. Михайла Остроградського, 2014. С. 237-240.



34. Бедрадіна Г. К., Герасименко В. Г., Павлоцький В. Я. Визначення місця сфери туристичних послуг у стандартній міжнародній класифікації продукції. *Актуальні проблеми розвитку економіки в контексті глобальних викликів* : матеріали Міжнар. наук.- прак. конф., присвяченої 45-річчю факультету міжнародної економіки, 19-20 вересня 2013 р. Одеса: Атлант, 2013. С. 254-256.
35. Бедрадіна А. К., Герасименко В. Г., Павлоцький В. Я. Место сферы туризма в международной и национальной классификации товаров и услуг. *Studia Universitatis Moldaviae. Seria « Stiinte exacte si economice »*. 2015. № 2(82). С. 120-124.
36. Бедрадіна Г. К., Нездоймінов С. Г. Рекреационный потенциал курортной анимации как фактор повышения качества туристических услуг. *Сфера розваг – важлива складова у підвищенні ефективності туристичного бізнесу* : зб. наук. праць VI Міжнар. наук.- прак. конф., 29 вересня – 1 жовтня 2006 р. Донецьк, 2006. С. 113-115.
37. Бенчмаркинг в сфере услуг : монографія / С. В. Богданов и др. Шахты : ЮРГУЭС, 2009. 97 с.
38. Білявська Ю. В. Використання бенчмаркінгу в операційному процесі туристичного підприємства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2014. № 2 (64). С. 78-84.
39. Бойко М. Г. Інструментальне середовище дослідницького процесу формування споживчої цінності туристичних продуктів. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. 2010. Вип. 4. С. 196-203.
40. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів : монографія. Львів : ІРД НАН України, 2006. 288 с.
41. Браймер Р. А. Основы управления в индустрии гостеприимства / пер. с англ. – Москва : Аспект Пресс, 1995. 254 с.
42. Василенко В. О., Ткаченко Т. І. Конкуренентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу : навч. посібник. Київ : Освіта, 2012. 508 с.

43. Великий тлумачний словник сучасної української мови / гол. ред. В. Т. Бусел. Київ : Перун, 2009. 1736 с.
44. Виноградова О. В. Забезпечення конкурентних переваг туристичних підприємств на світовому ринку. *Управління підприємством: проблеми та шляхи їх вирішення* : матеріали Міжнар. наук.-прак. конф., 1-3 жовтня 2009 р. Севастопіль : ДонНУЕТ, 2009. С. 40-43.
45. В'їзний туризм : навчальний посібник / Коваль П. Ф. та ін. Ніжин : Вид-во Лук'яненко В. В., 2010. 304 с. URL: [http://tourlib.net/books\\_ukr/vt3-3.htm](http://tourlib.net/books_ukr/vt3-3.htm)] (дата звернення : 05.03.2018).
46. Всеобщее управление качеством: учебник / О. П. Глудкин, М. Н. Горбунов, А. И. Гуров, Ю. В. Зорин; под ред. О. П. Глудкина. М. : Горячая линия – Телеком, 2001. 600 с.
47. Гаврилюк С. П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу : навч. посіб. Київ : Київ. нац. торг.- екон. університет, 2006. 180 с.
48. Галасюк С. С. Стандартизація, сертифікація туристичних послуг та ліцензування туристичної діяльності : навч. посіб. Одеса : Астропринт, 2011. 234 с.
49. Гамов В. Г., Старичкова Н. В. Менеджмент качества и оценка соответствия в туризме : учеб. пособие. Владивосток : Изд-во ВГУЭС, 2005. 172 с.
50. Герасименко В. Г. Основи туристського бізнесу : навч. посібник. Одеса : Чорномор'я, 1997. 160 с.
51. Герасименко В. Г., Бедрадіна Г. К.. Вибір і застосування методики оцінки якості послуг на туристичному підприємстві. *Науковий вісник. Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. Науки : економіка, політологія, історія.* 2008. № 14 (70). С. 60-70.
52. Герасименко В. Г. Бедрадіна А. К. Взаємодія виробника і споживача у формуванні якості туристичних послуг. *Проблеми и перспектива развития отечественного внутреннего и въездного туризма: природная и материально-техническая база, экономическая и социальная*

- эффективность*: материалы X Междунар. науч.- практ. конф. студентов, магистров, аспирантов и молодых ученых, 6-7 мая 2008 г. / Донец. ин-т турист. бизнеса. Донецк : ДИТБ. 2008. С. 65-66.
53. Герасименко В. Г., Бедрядина А. К. Моніторинг якості туристичного продукту у туроператорській діяльності. *Шляхи виходу України із світової фінансово-економічної кризи*: матеріали XI Всеукр. наук.-прак. конф. студентів та молодих вчених; заг. ред. д. екон. н. Дубровицького В. І. – Донецьк : ТОВ «ДЕГІ», 2009. С. 32-34.
54. Герасименко В. Г., Бедрядина Г. К. Управління якістю послуг туристичного підприємства на засадах бенчмаркінгу. *Сучасні технології управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом* : матеріали I Всеукр. наук.-прак. конф., 25 вересня 2009 р. Маріуполь : МДГУ, 2009. С. 40-42.
55. Герасименко В. Г., Галасюк С. С. Ліцензування туристичної діяльності в Україні в контексті міжнародного досвіду. *Журнал Європейської економіки*. 2011. №4. С. 405-417.
56. Герасименко В. Г., Галасюк С. С. Організація надання туристичних послуг : навч. посібник . Одеса : Атлант, 2014. 242 с.
57. Гловер Дж. Управление качеством в индустрии гостеприимства : учебник. Москва : ЮНИТИ, 2008. 453 с.
58. Говард Д. Подход к улучшению управленческой деятельности. *Информационный бюллетень Ассоциации Деминга*. 1995. № 3. С. 54-98.
59. Голубкова Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учеб. и практ. для академ. бакалавриата. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2017. 344 с.
60. Горбач А. Якість туристичних послуг: особливості та чинники впливу. *Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами* : матеріали Всеукр. наук.- прак. конф., 8. 12. 2016 р. Луцьк : Луцький НТУ, 2016, ч.1. С. 91-94.

61. Господинова М. П., Жаворонкова О. Р., Шкробтак А. И. Повышение качества туристических услуг. *Культура народов Причерноморья*. 2012. № 220. С. 25-28.
62. Гостиничные услуги должны быть качественными. URL: <http://sm.od.ua/post/653/2014> (дата звернення : 02. 03. 2018 ).
63. Група компаній ОТІ : веб-сайт. URL: <http://www.coraltravel.ua/main/coral/oti-group> (дата звернення : 03. 03. 2018).
64. Гуляев В. Г. Организация туристской деятельности: учеб. пособие. Москва : Нолидж, 1996. 312 с.
65. Гуру менеджмента качества и их концепции : Э. Деминг, Дж. Джуран, Ф. Кросби, К. Исикава, А. Фейгенбаум, Т. Тагути. *Management.com.ua* : веб-сайт. URL: <http://www.management.com.ua/qm/qm009.html?print> (дата звернення : 09. 03. 2018).
66. Данилов И. П. Бенчмаркинг как основа создания конкурентного предприятия. *Стандарты и качество*. Москва : Стандарты и качество, 2005. 72 с.
67. Денисенко М. П., Терещенко Н. М. Формування системи управління якістю послуг у сфері туризму. *Наукові праці МАУП*. 2014. Вип. 1(40). С. 134-138.
68. ДСТУ 9001-2009. Системи управління якістю. Вимоги. [Чинний від 2001-06-27]. Київ, 2001. 24 с. (Інформація та документація). URL: [www.ukrcsm.kiev.ua/index.php/uk/2009-02-03-14.../325--2009](http://www.ukrcsm.kiev.ua/index.php/uk/2009-02-03-14.../325--2009) (дата звернення: 01.03.2018). (Інформація та документація).
69. ДСТУ ISO 9004 : 2001. Системи управління якістю. Настанови щодо поліпшення діяльності (ISO 9004:2000, IDT). [Втратив чинність]. Київ : Держспоживстандарт України, 2001. 61 с. (Інформація та документація).
70. ДСТУ ISO 9000 : 2001. Системи управління якістю. Основні положення та словник . [Втратив чинність]. Київ : Держстандарт України, 2001. 27 с. (Інформація та документація).
71. ДСТУ ISO 9000 : 2007. Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів (ISO 9000:2005, IDT). [Втратив чинність]. Київ : Держспоживстандарт України, 2008. 31 с. (Інформація та документація).

72. ДСТУ ISO 9004-2-96. Управління якістю та елементи системи якості. Частина 2. Настанови щодо послуг (ISO 9004-2:1991, IDT). [Чинний від 1997-07-01]. Київ : Держстандарт України, 1997. 31 с. (Інформація та документація).
73. ДСТУ 3230-95. Управління якістю та забезпечення якості. Терміни та визначення :Управление качеством и обеспечение качества. Термины и определения. [Втратив чинність]. Київ, 1996. 37 с. (Інформація та документація). URL: [www.ukrcsm.kiev.ua/index.php/uk/2009-02-03-14.../325--2009](http://www.ukrcsm.kiev.ua/index.php/uk/2009-02-03-14.../325--2009) (дата звернення: 26.02.2018).
74. Дурович А. Г. Маркетинг в туризме: учеб. пособие. Минск. : Новое знание, 2004. 432 с.
75. Дурович А., Анастасьева Л. Маркетинговые исследования в туризме: учеб.-практ. пособие. Минск : Новое знание, 2002. – 348с.
76. Джуран М. Джозеф : управление качеством. *J. K. Pescy blog*: веб-сайт. URL: <https://jkpersyblog.com/dzhozef-dzhuran-upravlenie-kachestvom/> (дата звернення: 22.02.2018).
77. Егупов Ю. А. Выбор эффективного решения многокритериальной задачи формирования производственного плана предприятия. *Економіст*. 2008. № 11. С. 76-80.
78. Егупов Ю. А. Повышение корректности многомерных оценок в процессе формирования производственной программы предприятия. *Формування економічних стратегій розвитку підприємства, регіону, держави. Економічні інновації* : зб. наук. пр. Одеса : ІПРЕЕД НАН України, 2009. Вип. 38. С. 68-80.
79. Егупов Ю. А. Таксономічний аналіз як інструмент інтерактивної оптимізації виробничої програми м'ясопереробного підприємства. *Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки*. 2011. № 4. С. 113-118.
80. Егупов Ю. А., Купинец Л. Е. Бизнес-план: методика разработки и анализа : навчальний посібник. Одесса: Оптимум, 2001. 230 с.
81. Егупов Ю. А., Литвинова В. А. Механизм обоснования эффективных путей и формирования оптимальной программы повышения конкурентоспособности продукции. *Економіст*. 2012. №8. С. 73-78.

82. Енюков И. С. Методы, алгоритмы, программы многомерного статистического анализа : учебник. Москва : Финансы и статистика, 1986. 232 с.
83. Ефремова М. В. Основы технологии туристического бизнеса: учеб. пособие. Москва : ОСЬ-89, 2001. 92 с.
84. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Толковый словарь туристских терминов. Туризм. Туристская индустрия. Туристский бизнес. Москва : Афины, 1994. 345 с.
85. Иванова А. В. Концептуальный подход к обеспечению качества обслуживания в сфере туризма. *Індустрія гостинності в країнах Європи* : матеріали III Міжнар. наук. - прак. конф., 4-6 грудня 2009 р. Сімферополь: ВіТроПринт, 2009. С. 90-92.
86. Івко О. Проблеми визначення якості туристичної послуги та формування системи управління нею. *Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи* : зб. матеріалів Всеукр. наук.- прак. конф., 29.11. 2016 р. Львів : МАУП, 2016, ч. 2. С. 313-317.
87. Івченко Л. О., Левіт І. Б., Шимкова В. Є. Оцінка якості діяльності туристичних підприємств на основі кваліметричного аналізу. *Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу. Сер. Економіка, організація і управління підприємством (в туристичній сфері)*. Донецьк : ДІТБ, 2008. № 12. С. 129-135.
88. Каплан Роберт, Дейвид Норман. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. Москва : ЗАО «Олимп – Бизнес», 2004 . 271с.
89. Капліна А. С. Організаційно-економічний механізм управління розвитком підприємств готельного господарства : дис. ... канд. екон. наук : 08. 00. 04. / Полтавський ун-т економіки і торгівлі. Полтава, 2016. 247 с.  
URL: [http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/5050/1/%D0%94%D0%98%D0%A1%D0%95%D0%A0%D0%A2%D0%90%D0%A6%D0%86%D0%AF\\_%20%D0%9A%D0%B0%D0%BF%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%B0%20%D0%90.%D0%A1..pdf](http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/5050/1/%D0%94%D0%98%D0%A1%D0%95%D0%A0%D0%A2%D0%90%D0%A6%D0%86%D0%AF_%20%D0%9A%D0%B0%D0%BF%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%B0%20%D0%90.%D0%A1..pdf) (дата звернення: 26.02.2018).

90. Капліна А. С. Удосконалення управління якістю готельних послуг як складової цільової підсистеми організаційно-економічного механізму управління розвитком підприємств готельного господарства. *Наукові праці Полтавської державної академії. Економічні науки*. 2015. № 2 (11). С. 124-134.
91. Карнаухова В. К., Краковская Т. А. Сервисная деятельность: учеб. пособие. Москва : Издательский центр «МарТ», 2006. 256 с.
92. Квартальнов В. А. Менеджмент туризма : финансы и бухгалтерский учет в туризме. Москва : Финансы и статистика, 2009. 247 с.
93. Квартальнов В. И. Туризм: учебник. Москва : Финансы и статистика, 2000. 320 с.
94. Кемп Р. Легальный промышленный шпионаж: бенчмаркинг бизнес-процессов: технологии поиска и внедрения лучших методов работы ваших конкурентов / пер. с англ. О. Б. Максимовой. Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2004. 416 с.
95. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : навч. посіб. Чернівці : Книги-XXI, 2003. 300 с.
96. Кибанов А. Я. Оценка экономической эффективности совершенствования управления предприятием : учеб. пособие. Москва : Инфра, 2009. 342 с.
97. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник. Київ : Знання, 2010. 166 с.
98. Кобяк М. В., Скобкин С. С. Управление качеством в гостинице: учеб. пособие. Москва : Магистр, 2008. 511 с.
99. Концепции, определения и классификации для статистики туризма : техническое пособие №1. Мадрид : ЮНВТО, 1995. 126 с.
100. Котлер Филип. Лучшие приемы и методы : учебник / пер. с англ. И. Матвеева. Москва : Альпина Паблицер, 2016. 144 с.
101. Котлер Ф., Боуэн Д., Мейкензи Д. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учебник. Москва : Юнити, 1998. 458 с.
102. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 351 с.

103. Кудла Н. Є. *Управління якістю в туризмі : підручник*. Київ: Центр учбової літератури, 2015. 328 с.
104. Кузнецова І. О., Карпенко Ю. В. Розвиток процесного підходу у концепції загального менеджменту якості. *Вісник соціально-економічних досліджень* : зб. наук. пр. / гол. ред. М. І. Зверяков; Одеський нац. екон. ун-т. Одеса, 2012. Вип. 45 (2). С. 121-127.
105. Ланда О. О., Скрипко Т. О. Інтелектуальні інновації у сфері туристичних послуг за допомогою концепції програмування вражень клієнта. *Вісник Львівської комерційної академії. Сер. економічна*. Львів: Львівська комерційна академія, 2010. Вип.33. С. 135-139.
106. Ланда О. О., Скрипко Т. О. Сутність та особливості туристичного продукту та туристичної послуги. *Вісник Львівської комерційної академії. Сер. економічна*. Львів: Львівська комерційна академія, 2007. С. 202-209.
107. Ланда О. О., Скрипко Т. О. Туристичний продукт як об'єкт управління : *зб. наук.-техн. праць*. Львів : НЛТУУ. 2007. Вип. 17. С. 104-109.
108. Ланда О. О., Скрипко Т. О. Управління конкурентоспроможністю туристичного продукту. *Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наукових праць*. Дніпропетровськ : ДНУ, 2005. Вип. 210: в 4 т., т. 3. С. 172-180.
109. Литовченко І. Л., Семенов В. Ф. Фактори конкурентоспроможності курортно-рекреаційних підприємств на ринку послуг. *Науковий вісник БДФЕУ. Сер. Економічні науки*. 2015. Вип. 1(28). С. 77- 89.
110. Лук'янов В. О., Мунін Г. Б. *Маркетинг туристичного бізнесу: навч. посіб.* Київ : Кондор, 2012. 336 с.
111. Любіцева О. О. *Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти): навч. посіб.* Київ : Альтерпрес, 2002. 436 с.
112. Лютак О. М., Романчук Д. Л. Туристичний продукт як основний елемент забезпечення конкурентоспроможності туристично-рекреаційного кластеру. *Бізнес Інформ*. 2013. №10. С. 20-29.
113. Мазур И. И., Шапиро В. Д. *Управление качеством : учеб. пособие*. Москва : Высшая школа, 2007. 334 с.



114. Маламанюк О. А. Актуальні проблеми відповідальності туроператорів і турагентів. *Туризм та зближення культур*: матеріали Міжнар. наук.- прак. конф., 3 листопада 2011 р. Київ : КУТЕП, 2011. С.302-306.
115. Мальська М. П. Просторові системи послуг (теорія, методологія, практика) : монографія. Київ : Знання, 2009. 363 с.
116. Мальська М. П., Гамкало М. З., Бордун О. Ю. Туристичне країнознавство. Європа. : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 224 с.
117. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика : підруч. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 472 с.
118. Мальська М. П., Рутинський М. Й., Білоус С. В., Мандюк Н. Л. Економіка туризму: теорія та практика : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 544 с.
119. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес; теорія та практика. : підруч. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 368 с.
120. Маркетинг турпродукту : підруч. / Карягін Ю. О., Тимошенко З. І., Дамура Т. О., Мунін Г. Б. Київ : Кондор, 2009. 394 с.
121. Марчева А., Розенблум А. Економіка на услугите : учебник. Габрово: ЕКС-ПРЕС, 2010. 226 с.
122. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі : теорія, методологія, практика : монографія. Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2007. 493 с.
123. Мельниченко С. В. Методика дослідження якості обслуговування на туристичних підприємствах . *Вісник КНТЕУ*. 2012. №1. С. 24-32.
124. Мельниченко С. В., Шеєнкова К. А. Управління бізнес-процесами в туризмі : монографія. Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2015. 264 с.
125. Менеджмент: навч. посіб. / за ред. Г. В. Щокіна, М. Ф. Головатого, О. В. Антонюка, В. П. Сладкевича. Київ : МАУП, 2007. 816 с.
126. Мескон М. Х., М. Альберт, Ф. Хедоури. Основы менеджмента : учебник / пер. с англ. М. : Дело, 2000. 704 с.
127. Мережа суб'єктів туристичної діяльності у 2016 році. *Державна служба статистики*: веб-сайт. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> ( дата звернення : 06.03.2018).

128. Методика розрахунку обсягів туристичної діяльності: *наказ Держтурадміністрації України та Держкомстату України від 12.11.2003 р. №142/394*: зареєстровано в Міністерстві юстиції України від 08.12.2003 р. №1128/8449 . URL : <http://www.tourism.gov.ua> (дата звернення:05.03.2018).
129. Міжгалузева програма забезпечення захисту та безпеки туристів на 2007-2012 роки: 28.11.07 №73/387/811. Київ: Міністерство культури і туризму України; Міністерство внутрішніх справ України; Міністерство України з питань надзвичайних ситуацій та у справах захисту населення від наслідків Чорнобильської катастрофи, 2007. 18 с.
130. Міжнародна стандартна галузева класифікація всіх видів економічної діяльності. ООН : веб-сайт. URL: <http://www.unstat.un.org> (дата звернення : 27.02.2018 ).
131. Нездоймінов С. Г. Напрями і форми розвитку рекреації та туризму в регіоні на засадах активізації підприємницької діяльності: автореф. дис. на здобуття ступеня канд. екон. наук: 08.00.05. Одеса, 2010. 21 с.
132. Нездоймінов С. Г. Підприємницький вектор розвитку регіонального туризму : монографія. Одеса: Пальміра, 2011. 344 с.
133. Нездоймінов С. Г. Туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід : монографія – Одеса: Астропринт, 2009. 304 с.
134. Нездойминов С. Г., Бедрадина А. К. Рекрационный потенциал курортной анимации как фактор повышения качества туристических услуг. *Сфера розваг – важлива складова у підвищенні ефективності туристичного бізнесу* : зб. наук. праць VI Міжнар. наук.- практ. конф. Донецьк, 2006. С. 113-115.
135. Нешков М., Казаджиева В. Пътнически агенции и транспорт в туризма : учебник. Варна : Наука и икономика, 2007. 240 с.
136. Нешков М., Ракаджийска С., Дъбева Т. Въведение в туризма : учебник / под общата ред. Марин Нешков. Варна : Университетско издателство, 2001. 350 с.

137. Обрителько Б. А. Реклама і рекламна діяльність : курс лекцій. Київ: МАУП, 2002. 240 с.
138. Ожегов С. И. Словарь русского языка / под ред. Н. Ю. Шведовой. 17-е изд., испр. Москва : Рус. язык, 1985. 797 с.
139. Окрепилов В. В. Управление качеством: учебник. Москва : Экономика, 2000. 911 с.
140. Ополченева Е.В. Управление конкурентоспособностью туристической организации на основе повышения качества ее производственной системы: автореф. дис. на соискание ученой степени канд. экон. наук : 08.00.04 Москва, 2006. 29 с.
141. Організація туризму : підручник / І. М. Писаревський та ін.; за ред. І. М. Писаревського. Харків: ХНАМГ, 2008. 541 с.
142. Орлов А. В. Менеджмент: учебник. Москва : Смарагд, 2010. 298 с.
143. Охота В. І. Формування системи управління якістю на підприємствах туристичної індустрії . *Бізнес Інформ*. 2014. Вип. 9. С. 195-199.
144. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія. Бедрадіна Г. К. та ін. / за заг. ред. проф. В. Г. Герасименка. Одеса : ОНЕУ, 2016. 262 с.
145. Павленко И. Г. Управление развитием предприятий рекреационного комплекса АР Крыма : монография . Симферополь : ДИАЙПИ, 2009. 236 с.
146. Павлова Н. Н. Особенности услуги и ее маркетинга. URL : <http://www.elitarium.ru> / 2009/01/23 osobenosti-marketinga-uslugi.html (дата звернення : 20.02.2018).
147. Палеха О. Ю. Управління якістю складових туристичних послуг: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. экон. наук : 08.00.04. Київ, 2011. 23 с.
148. Панченко Ю. В., Лугінін О. Є., Фомішин С. В. Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму: навч. посібник. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2013. 342 с.

149. Папирян Г. А. Международные экономические отношения: маркетинг в туризме : учебник. Москва : Финансы и статистика, 2008. 160 с.
150. Петриченко П. А. Формування маркетингової інформаційної системи підприємств санаторно-курортного комплексу: дис. канд. екон. наук: 08.00.04 . Сімферополь, 2008. 193 с.
151. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях : учебное пособие / пер. с польск. Москва : Статистика, 1980. 151 с.
152. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в эконометрическом моделировании : учебное пособие / пер. с польск. Москва : Финансы и статистика, 1989. 175 с.
153. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеження державного регулювання господарської діяльності : Закон України від 19.10.2010 р. № 2608-VI. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2608-17> (дата звернення : 01.03.2018).
154. Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13.01.2011 р. № 2939-VI. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2939-17> (дата звернення : 01.03.2018).
155. Про підприємництво Закон України : Верховна Рада УРСР; Закон України від 07.02.1991 р. № 698-XII, ред. від 05.04.2015. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/698-12> (дата звернення: 02. 03. 2018).
156. Про внесення змін до Закону України «Про туризм» : Закон України від 18.11.2003 р. №1282-IV. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1282-15> (дата звернення: 01. 03. 2018).
157. Прочан А. О. Планування та організація процесу надання туристичних послуг на підприємствах: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.04. Київ, 2007. 16 с.
158. Психологія реклами : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. В. Зазимко та ін. Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2016. 384 с.

159. Ракаджийска С., Маринов С. Маркетинг в туризма : учебник. Варна : Наука и икономика, 2004. 237 с.
160. Рега М. Г. Перспективи розвитку рекламної діяльності на ринку туристичних послуг. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. Економічні науки*. 2014. Вип.6, ч.3. С. 93-96.
161. Решетняк О. Сучасні методи управління підприємством сфери послуг : підручник. Харків : Фактор, 2008. 544 с.
162. Рибалко-Рак Л. А., Ляшко Н. І. Нова філософія тотального управління якістю: напрями формування конкурентоспроможного персоналу для підприємств сфери туризму. *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: виклики постіндустріальної економіки* : матеріали IV Міжнар. наук.- прак. конф., 18-19 травня 2017 р. Львів: Львівська політехніка, 2017. С. 543-544.
163. Рибов М. Туризмът в ерата на качеството : учебник София: Тракия-М., 2005. 720 с.
164. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / Герасименко В. Г., Бедрадіна Г. К. та ін.; за заг. ред. В. Г. Герасименка. Одеса: Астропринт, 2013. 371 с.
165. Саак А. Э., Пшеничных Ю. А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие. СПбетербург : Питер, 2007. 188 с.
166. Саак А. Э., Пшеничных Ю. А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. СПбетербург : Питер, 2010. 252 с.
167. Салухіна Н. Г., Ясинська Н. С. Управління якістю: опор. конспект лекцій. Київ : МАУП, 2008. 144 с.
168. Свірідова Н. Д., Скорченко Ю. О. Туризм. Словник-довідник : навч. посібник . Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2009. 310 с.
169. Своробович Л. Н., Егупов Ю. А. Методические основы формирования системы материального поощрения на машиностроительных предприятиях. *Науковий вісник. Од. держ. екон. ун-т. Всеукр. асоц. молод. наук. Науки: економіка, політологія, історія*. 2010. № 10 (111). С. 210-223.

170. Сидоренко І. О. Критерій якості в конкурентоспроможності туристичних підприємств. *Вісник ДІТБ. Сер. Менеджмент та маркетинг*. Донецьк, 2002. № 6. С. 144-148.
171. Сидоренко І. О. Напрями щодо вдосконалення системи управління якістю діяльності туристичних підприємств (організацій, фірм) в сучасних умовах господарювання. *Формування ринкових відносин в Україні* : зб. наукових праць. 2005. Вип.3(46). С. 78-80.
172. Сидоренко І. О. Управління якістю турпродукту (послуг) в умовах зростаючої конкуренції. *Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу*. 2005. №9. С.180-185.
173. Скобкин С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: учебно-прак. пособие . Москва : Юристъ, 2001. 224 с.
174. Скрябіна Н. І. Функції маркетингу в управлінні якістю: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.06.02 . Київ, 2001. 21 с.
175. Словник іншомовних слів / за ред. О. С. Мельничука. Київ : Головна редакція української радянської енциклопедії, 1985. 966 с.
176. Сучасна економіка: актуальні проблеми та перспективи розвитку : колективна монографія / Гавкалова Н. Л. та ін.; за ред. д. е. н., проф. В. В. Прохорової. Х., «НТМТ», 2014. 248 с.
177. Таньков К. М., Чепурда Г. М. Концептуальні аспекти формування системи інтегрованого управління якістю туристичних послуг. *Проблеми економіки*. 2014. Вип.1. С. 259-264.
178. Тебекин А. В. Управление качеством: учебник для бакалавров. Москва : Юрайт, 2011. 371 с.
179. Тимощук О. М. Оцінка рівня якості туристичних послуг водного транспорту: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.07.04. Одеса, 2006. 20 с.
180. Тимощук О. М. Оцінка рівня якості туристичних послуг водного транспорту: дис. канд. екон. наук : 08.07.04. Одеса, 2006. 208 с.

181. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. Вид 2-ге., випр. та доповн. Київ : Київ. нац. торг.-екон. університет, 2009. 463 с.
182. Ткаченко Т. І., Бойко М. Г. Формування споживчої цінності туристичного продукту. *Товари і ринки*. 2012. № 2. С. 5-15.
183. Ткаченко Т. І., Мельниченко С. В., Босовська М. В. Управління якістю туристичних послуг : опорний конспект лекцій. Київ : Київ. нац. торг.- екон. університет, 2009. 107 с.
184. Туризм, гостеприимство, сервис : словарь-справочник / Г. А. Аванесова и др.; под ред. Л. П. Воронковой. Москва : Аспект Пресс, 2002. 367 с.
185. Туристичне країнознавство : навчальний посібник / за ред. В. Ф. Семенова. Херсон : Грінь Д. С., 2013. 392 с.
186. Туроператор года 2016 ! *Coral Travel* : веб-сайт. URL: <http://www.coraltravel.ua/news-choice-of-the-year-2016> (дата звернення : 03.03.2018).
187. Тягунова Н. М. Основи організації туристичного бізнесу. Кредитно-модульний курс : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2014. 130 с.
188. Управление качеством : учеб. пособие / Шестопап Ю. Т., Дорофеев Р. Д., Шестопап Н. Ю, Андреева Э. А. Москва : ИНФРА – М, 2014. 331с.
189. Уэст Дж. Стратегия обслуживания на предприятиях индустрии гостеприимства : учебник. Москва : РМАТ, 2001. 514 с.
190. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент: учебник. 7-е изд., испр. и доп. Москва : Дело, 2005. 448 с.
191. Фомичев С. К., Старостина А. А. Управление качеством : учеб. пособие. Київ : МАУП, 2002. 192 с.
192. Хміль Ф. І., Ланда О. О. Діагностика якості туристичного продукту. *Вісник Львівської комерційної академії. Сер. економічна*. Львів : Львівська комерційна академія, 2010. Вип. 33. С. 123-126.
193. Центральна статистична класифікації продукції за видами економічної діяльності: розпорядження / Кабінет Міністрів України від 15.02.2006 р. №82-р. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення : 06.03.2018 ).

194. Черчик Л., Мостенець О. Механізм забезпечення конкурентоспроможності рекреаційної системи регіону : монографія. Луцьк : Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки. 2016. 214 с.
195. Чебаненко Н. А. Розробка підсистеми управління якістю обслуговування. *Індустрія гостинності в країнах Європи* : матеріали III Міжнар. наук.- прак. конференції, 4-6 грудня 2009 р. Сімферополь : ВіТроПринт, 2009. С. 100-101.
196. Чудновский А. Д. Гостиничный и туристический бизнес: учебник. Москва :Тандем. ЭКМОС, 1998. 168 с.
197. Чудновский А. Д., Жукова М. А., Сенин В. С. Управление индустрией туризма : учеб. пособие для студ. вузов . Москва : КноРус, 2004. 448 с.
198. Шандор Ф. Ф. , Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму : підручник. Київ : Знання, 2013. 334 с.
199. Шаповал М. І. Менеджмент якості : підручник. Київ : Т-во «Знання», 2003. 475 с.
200. Шаховалов М. М. Интернет-технологии в туризме : учеб. пособие. Барнаул : АлтГАКИ. 2007. 251 с.
201. Швец И. Ю. Управление качеством турслужги. *Культура народов Причерноморья*. 2005. № 61. С. 68-72.
202. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посіб. / за ред. проф. І. М. Школи. Чернівці, 2003. 596 с.
203. Шульгіна Л. М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу: монографія. Київ : Київ. нац. торг.- екон. університет, 2005. 597 с.
204. Юрик Р. А. Маркетинг как необходимый инструмент управления турфирмой. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2005. № 2. С. 109-118.
205. Янковий О. Г. Латентні ознаки в економіці : монографія. Одеса: Атлант, 2015. 168 с.
206. Янковий О. Г., Кошельок Г. В., Чернишова О. Б. Об'єднана таксономія підприємств кондитерської галузі за рівнем конкурентоспроможності. *Розвиток фінансових відносин в умовах трансформаційних процесів:*



- український вимір : матер. симпозіуму з нагоди 65-річчя Харків. ін-та фінансів УДУФМТ. Харків : ХІФ УДУФМТ, 2008. С. 131-138.
207. Янковий О. Г., Чернишова О. Б. Оцінка конкурентоспроможності промислових підприємств у маркетинговому дослідженні. *Вісник соціально-економічних досліджень*: зб. наук. праць ОДЕУ. Одеса, ОДЕУ, 2008. Вип. 33. С. 250-257.
208. Яцун Л. М., Маркарова С. А. Управління туристичною діяльністю підприємств: концепція розвитку та стратегія модернізації. *Бізнес Інформ*. 2015. №. 11. С. 213-219.
209. Bedradina Ganna. Methods of Definition of Tourism Product Quality. *Socio-economic Research Bulletin*. Issue 41. Part 1. Odessa State Economic University. Odessa : OSEU, 2011. 134 p.
210. Bedradina G. Methods of research of tourist activity quality. *Алтернативи за развитие на съвременния туризм* : сборник доклади от научна конференція. Варна : Наука и икономика. 2010. С. 221-225.
211. Bedradina Ganna, Gerasymenko Viktor. Methodical Bases of Definition of Tourist Product Quality. *Tourism: Economics and Business: 1st International Scientific-Practical Conference Proceedings*. Tbilisi : UNIVERSAL, 2010. p. 358-361.
212. Deming W. E. Tributes to Walter A. Shewhart. *Industrial Quality Control*, 1967, Vol. 24,#2 (August).
213. Executive. Ru : веб-сайт сообщества менеджеров. URL: [www.e-executive.ru](http://www.e-executive.ru) (дата звернення : 04. 03. 2018).
214. Grönroos Christian A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*. Vol. 18 Issue: 4, 1984 p. 36-44. URL: <https://doi.org/10.1108/EUM0000000004784> (дата звернення: 27. 02. 2018).
215. ISO 9000 : 2005. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь : веб-сайт. URL: <http://www.iso.org/> ( дата звернення : 02.03.2018 ).
216. ISO 9001:2008. Quality management systems – Requirements : веб- сайт : URL: [www.iso.org/iso/catalogue\\_detail?csnumber=46486](http://www.iso.org/iso/catalogue_detail?csnumber=46486) (дата звернення : 02.03.2018).

217. ISO 9004:2009. Managing for the sustained success of an organization. A quality management approach : веб-сайт. URL: <https://www.iso.org/standard/41014.html> (дата звернення : 04.03.2018 ).
218. Juran J. M., Gryna F. M., Jr. Quality Planning and Analysis. From Product Development through Use. 2nd ed. New York et al.: McGraw-Hill Book Co., 1980. 629 p.
219. Juran J. M. Juran on Leadership for Quality. An Executive Handbook. New York: The Free Press; London : Collier Macmillan Publishers, 1989. 376 p.
220. Pazasuraman A., Zeithaml V., Berry L. A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*. 49. 1985, p. 41-50.
221. Powell, T., 1995. TQM as competitive advantage: a review and empirical study. *Strategic Management Journal*. 16 (1), P. 15–37.
222. Saraph, J. V., Benson, P. G., & Schroeder, R. G. (1989). An Instrument for Measuring the Critical Factors of Quality Management. *Decision Sciences*, 20(4), 810-829. DOI: 10.1111/j.1540-5915.1989.tb01421.x
223. Samson, D., Terziovski, M., 1999. The relationship between total quality management practices and operational performance. *Journal of Operations Management*. 17 (4). P 393–409.
224. Tompkins, Jonathan. Organization theory and public management. Belmont, CA: Thomson Wadsworth, 2005. 432 p. Publisher : Cengage Learning.
225. Uluskan M., Godfrey A. B., Joines J. A. Integration of Six Sigma to traditional quality management theory: an empirical study on organisational performance. *Total Quality Management & Business Excellence*. 2017. T. 28. №. 13-14. P. 1526-1543.
226. Jaca C., Psomas E. Total quality management practices and performance outcomes in Spanish service companies. *Total Quality Management & Business Excellence*. 2015. T. 26. №. 9-10. P. 958-970.
227. Zhang Dongli, Linderman Kevin, Schroeder Roger G. Customizing quality management practices : A conceptual and measurement framework. *Decision Sciences*. 2014. Vol. 45. No. 1. P. 81-114.